

# Parkiranje u turističkim destinacijama na primjeru grada Omiša

---

**Marijan, Luka**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Polytechnic of Šibenik / Veleučilište u Šibeniku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:143:392535>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-25**

*Repository / Repozitorij:*

[VUS REPOSITORY - Repozitorij završnih radova Veleučilišta u Šibeniku](#)



**VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU**

**ODJEL PROMET**

**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ PROMET**

**Luka Marijan**

**Parkiranje u turističkim destinacijama na primjeru grada**

**Omiša**

**Završni rad**

**Šibenik, 2022.**

**VELEUČILIŠTE U ŠIBENIKU**

**ODJEL PROMET**

**PREDDIPLOMSKI STRUČNI STUDIJ PROMET**

**PARKIRANJE U TURISTIČKIM DESTINACIJAMA  
NA PRIMJERU GRADA OMIŠA**

**Završni rad**

**Kolegij:** Promet u turizmu

**Mentor:** Ana-Mari Poljičak, dipl. ing., v. pred.

**Komentor:** Mate Sovulj

**Student:** Luka Marijan

**Broj indeksa:** 1219057677

**Šibenik, rujan 2022.**

---

## IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Luka Marijan, student Veleučilišta u Šibeniku, JMBAG:1219057677 izjavljujem pod materijalnom i kaznenom odgovornošću i svojim potpisom potvrđujem da je moj završni rad na preddiplomskom stručnom studiju Promet pod naslovom: Parkiranje u turističkim destinacijama na primjeru grada Omiša isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

U Šibeniku, 30.03.2022.

Student:



Veleučilište u Šibeniku  
Odjel Promet  
Preddiplomski stručni studij Promet

Završni rad

## **PARKIRANJE U TURISTIČKIM DESTINACIJAMA NA PRIMJERU GRADA OMIŠA**

LUKA MARIJAN

Marijanova Glavica 1, Ružić, lmarijan90@gmail.com

### Sažetak rada

U završnom se radu objašnjava problem parkiranja u turističkim destinacijama pa je sukladno navedenom naglasak stavljen na opću problematiku parkiranja u turističkim destinacijama te sugestije i rješenja za navedeni problem. Problem parkiranja i karakteristike istog prikazane su na primjeru grada Omiša, kao izuzetno atraktivne turističke destinacije u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Analizirane su parking zone (I. i II. zona) i procedura plaćanja za sve javne parkinge koji se nalaze na području Omiša te su predložena rješenja za neke od uočenih problema prilikom terenskog istraživanja.

(30 stranice / 10 slika / 10 tablica / 20 literaturnih navoda / jezik izvornika: hrvatski)

Rad je pohranjen u digitalnom repozitoriju Knjižnice Veleučilišta u Šibeniku

Ključne riječi: *turistička destinacija, problem parkiranja, grad Omiš.*

Mentor: Ana-Mari Poljičak, dipl. ing., v. pred.

Rad je prihvaćen za obranu:

## BASIC DOCUMENTATION CARD

---

Polytechnic of Šibenik  
Department of Traffic  
Professional Undergraduate Study of Traffic

Final paper

### **PARKING IN TOURIST DESTINATIONS ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF OMIŠ**

LUKA MARIJAN

Marijanova Glavica 1, Ružić, lmarijan90@gmail.com

#### Abstract

In the final paper, the problem of parking in tourist destinations is explained, so in accordance with the above, the emphasis is placed on the general problem of parking in tourist destinations, as well as suggestions and solutions for the mentioned problem. The problem of parking and its characteristics are shown on the example of the city of Omiš, as an extremely attractive tourist destination in Split-Dalmatian County. Parking zones (I. and II. zones) and the payment procedure for all public parking lots located in the area of Omiš were analyzed, and solutions were proposed for some of the problems observed during field research.

(30 pages / 10 figures / 10 tables / 20 references / original in Croatian language)

Paper deposited in the Polytechnic of Šibenik Library digital repository

Keywords: *problem of parking, the city of Omiš, parking*

Supervisor: Ana-Mari Poljičak, dipl.ing, s. lect.

Paper accepted:

# SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
2. OPĆENITO O TURISTIČKIM DESTINACIJAMA .....	3
2.1. Pojmovno određenje turističke destinacije .....	3
2.2. Razvoj i karakteristike turističke destinacije .....	4
2.3. Hrvatska kao turistička destinacija .....	6
3. PARKIRANJE U TURISTIČKIM DESTINACIJAMA .....	8
3.1. Važnost cestovnog prometa za turističku destinaciju .....	8
3.1.1. Promet kao element turizma u gradskim destinacijama .....	9
3.1.2. Promet kao element kvalitete u turizmu gradskih destinacija .....	11
3.2. Problem parkiranja u turističkim destinacijama .....	12
4. OPĆENITO O PARKIRANJU U GRADU OMIŠU .....	14
4.1. Razvoj i turistička ponuda grada Omiša .....	14
4.2. Mogućnosti parkiranja i parkirališna ponuda u gradu Omišu.....	18
5. PROBLEM I PRIJEDLOG RJEŠENJA PARKIRANJA U GRADU OMIŠU .....	27
6. ZAKLJUČAK .....	30
LITERATURA .....	31
POPIS SLIKA.....	33
POPIS TABLICA .....	34
POPIS GRAFIKONA .....	35

## 1.UVOD

Parkiranje je veliki problem u urbanim sredinama a posebno u razvijenim zemljama i zemljama koje su u razvoju. Nakon brzog napretka automobilske industrije, mnogi gradovi „pate“ od nedostatka parkirnih mjesta, a osnovni problem je neravnoteža između ponude i potražnje za parkiranjem, što se može smatrati početnim razlogom problema s parkiranjem u metropolama. Ova neravnoteža je djelomično posljedica neučinkovitog planiranja korištenja zemljišta i pogrešnih proračuna prostornih potreba tijekom prvih faza planiranja. Manjak parkirnih mjesta, visoke cijene parkiranja i gužve u prometu zbog sve većeg broja turista u ljetnom periodu koji traže parkirno mjesto samo su neki od primjera svakodnevnih problema parkiranja.

Problematika koja se istražuje u ovom završnom radu je problem parkiranja u turističkim destinacijama. S obzirom da je Republika Hrvatska izuzetno atraktivna turistička destinacija, te najveći udio u ukupnom BDP-u ostvaruje upravo iz turističkih djelatnosti. Posebna pažnja ovom radu obraćena je na problem parkiranja u turističkim destinacijama kakav je ujedno i Omiš. Problemi koji proizlaze iz turističke sezone su prekapacitiranost vozila, odnosno nedostatak parkinga što rezultira kruženjem vozila u potrazi za parkingom i stvaranjem buke, onečišćenje okoliša i stvaranje velikih gužvi. Predmet istraživanja ovog završnog rada usmjeren na analizu parkirnih kapaciteta na području Omiša te su dane sugestije za rješavanje ovog problema.

S obzirom na problem i predmet istraživanja važno je istaknuti kako je svrha i cilj rada istražiti i objasniti utjecaj prometa na razvoj turističke destinacije i važnost parkiranja za turističku destinaciju. Nadalje, u radu je analiziran parking na području Omiša te su iznijete sugestije za rješavanje postojećih problema vezanih za parkiranje.

Prilikom pisanja završnog rada korištene su sljedeće metode: metoda analize, metoda sinteze, metoda indukcije i metoda dedukcije. Ove metode se u radu međusobno nadopunjuju. U radu su korišteni sekundarni podaci, odnosno dostupna stručna i znanstvena literatura, dok je za potrebe realizacije specifičnog cilja rada korišteno terensko istraživanje na području Omiša.

Završni rad podijeljen je u pet poglavlja. U uvodnom poglavlju iznosi se problem i predmet istraživanja završnog rada, cilj istraživanja, metodologija te se prikazuje kratka struktura rada. U drugom poglavlju govori se općenito o turističkim destinacijama, odnosno o



pojmovnom određenju turističke destinacije, razvoju i karakteristikama iste te se iznose statistički podaci o Hrvatskoj kao turističkoj destinaciji.

U trećem poglavlju naglasak je stavljen na parkiranje u turističkim destinacijama, odnosno govori se o važnosti cestovnog prometa za turističku destinaciju te problemu parkiranja u turističkim destinacijama. Četvrto poglavlje je ujedno i istraživački dio rada, odnosno govori se o stanju i mogućnostima parkiranja u gradu Omišu, razvoju i turističkoj ponudi, parkirališnoj ponudi i načinu plaćanja. U petom poglavlju govori se o problemima parkiranja u gradu Omiš te predloženim rješenjima. Šesto poglavlje je zaključak, a na kraju rada nalazi se popis literature, slika, tablica i grafikona koji su korišteni prilikom pisanja završnog rada.

## **2.OPĆENITO O TURISTIČKIM DESTINACIJAMA**

U ovom poglavlju naglasak je stavljen na opće karakteristike turističkih destinacija, odnosno kako bi se što bolje analizirala tema ovog završnog rada u ovom poglavlju se definira pojam turističke destinacije, te karakteristike i proces razvoja turističke destinacije nakon čega se analizira Hrvatska kao izuzetno atraktivna turistička destinacija.

### **2.1.Pojmovno određenje turističke destinacije**

Pojmovno određenje turističke destinacije u stručnoj turističkoj literaturi uvedeno je 70-ih godina 20. stoljeća, a u Republici Hrvatskoj definirano je Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN br. 52/19, 42/20). Sukladno čl. 2. t. 1. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma turistička destinacija definira se kao „tržišno i turistički valorizirana prostorna cjelina koja predstavlja cilj turističkih putovanja i obuhvaća područje jedne ili više jedinica lokalne ili područne (regionalne) samouprave.“ (Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma)

Drugim riječima, može se reći kako je turistička destinacija „sinonim za turistički lokalitet, zonu ili određenu regiju.“ (Bartulović, 2013, str. 48) Uvidom u stručnu literaturu može se zaključiti kako se ovaj pojam razvijao paralelno s drugim turističkim pojmovima poput turističke ponude, potražnje i sl., te je kreirana definicija i shvaćanje turističke destinaciju kakvu poznajemo danas. (Vukonić, Čavlek, 2001, str. 34).

Postoje dvije skupine faktora koji utječu na razvoj turističke destinacije, a to su: primarni i sekundarni faktor. Kada je riječ o „primarnim faktorima za iste je važno spomenuti kako obuhvaćaju izvorne elemente destinacije (geografski položaj, vegetaciju, klimu, kulturnu tradiciju, tradicionalnu arhitekturu, cjelokupni pejzaž i opću infrastrukturu). S druge strane, sekundarni faktori rezultat su turističke potražnje turista (npr. izgradnja hotelske infrastrukture, ugostiteljska djelatnost, javni prijevoz i sl.“ (Laws, 1995, str. 81)

Prema rezultatima provedenih istraživanja u predmetu turističke destinacije i izbora iste, valja istaknuti kako je ista „uvjetovana prvenstveno željama, interesima, sklonostima i potrebama turista.“ (Vukonić, Čavlek, 2001, str. 34) Drugim riječima, turistička destinacija predstavlja prostornu cjelinu koja ima odgovarajuću ponudu na način da odgovara turističkom tržištu. S

obzirom da je svaka turistička destinacija jedinstvena i specifična cjelina u nastavku rada govori se o općim karakteristikama i razvoju turističke destinacije.

## **2.2. Razvoj i karakteristike turističke destinacije**

Razvojem turizma, pojam destinacija dobiva na svom posebnom značaju te se koristi u kontekstu turističke destinacije, odnosno u kontekstu pružanja turističkog sadržaja koji se nudi u turističkoj destinaciji. Slijedom navedenog može se zaključiti kako se turističke destinacije u skladu s važećim zakonskim propisima razvijaju po načelu destinacijskog menadžmenta što u konačnici utječe na povećanje broja turističkih ponuda i povećanje turističkih kapaciteta na određenom području.

Prema Magaš (2003, str. 25) „destinacija je postala pojam za turistički lokalitet, zonu, regiju ili državu čijetržišno pozicioniranje ovisi o dostupnosti, privlačnosti i organiziranosti.“ Iz svega ranije navedenog može se zaključiti kako se pojam „destinacije u posljednjih desetak godina počeo upotrebljavati u hrvatskoj teoriji i praksi kako bi se razlikovao od ostalih pojmova u čijem je kontekstu riječ destinacija.“ (Magaš, 2003., str. 26) Drugim riječima, ovaj pojam se u nacionalnom turističkom rječniku ustalio iz sljedećih razloga:

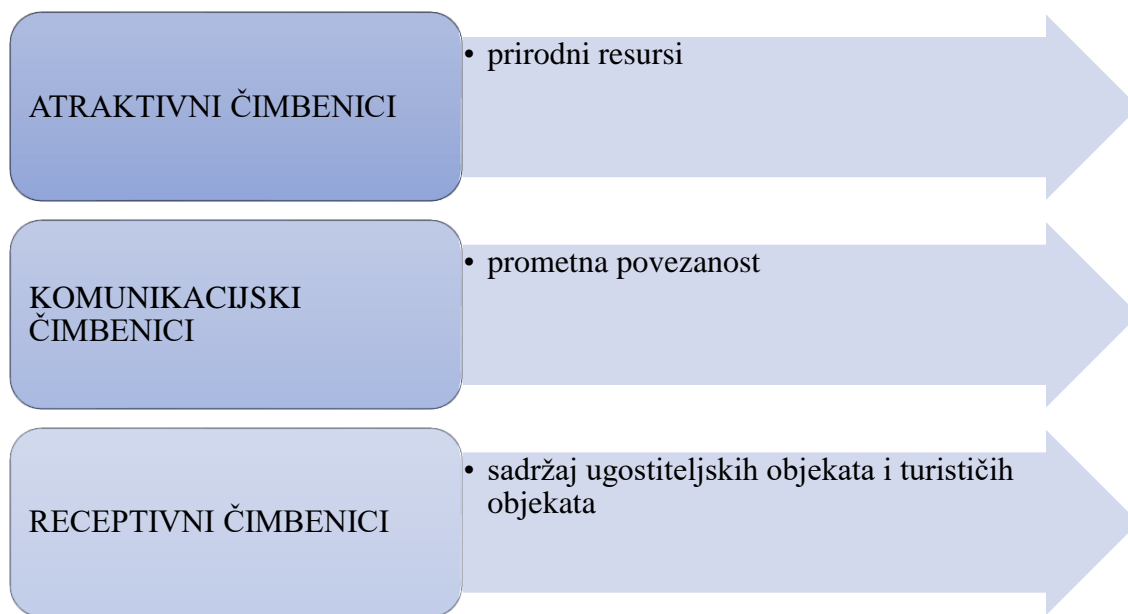
- „zbog boljeg razlikovanja pojedinih odredišta turističkih putovanja,
  - zbog boljeg određivanja mogućeg sadržaja određene destinacije te
  - zbog stvaranja jasnijeg okvira za promociju boravka u tom nekom prostoru.“
- (Vuković, 1995, str. 66)

Prema Magašu (2003, str. 84) „turistička destinacija je definirana kao optimalna kombinacija fiksnih i varijabilnih čimbenika te kao takva ima mogućnost turističkog djelovanja u skladu s potrebama tržišta, neovisno o administrativnim granicama.“ U kontekstu navedene definicije važno je jasno različititi fiksne i varijabilne čimbenike. Kada je riječ o fiksnim čimbenicima za iste se može reći kako se oni temelje na doživljajima idojmovima turista o posjećenoj turističkoj destinaciji, dok se pod varijabilnim čimbenicima podrazumijeva plasiranje turističkih proizvoda kao specifičnih obilježja turističke destinacije. Razlika između fiksnih i varijabilnih čimbenika je ta da se fiksni čimbenici mogu mijenjati, odnosno unapređenjem turističke destinacije te osluškivanjem želja i potreba turista i njihovog mišljenja o turističkoj destinaciji, dojmovi i doživljaji turista mogu se mijenjati.

Kada je riječ o karakteristikama turističke destinacije važno je spomenuti i definiciju Svjetske turističke organizacije ( *engl. World Tourism Organization*, skraćeno: WTO) prema kojoj se destinacija definira kao „mjesto koje se posjećuje tijekom putovanja i namijenjeno je za odmor.“ (Hitrec, 1995, str. 46) Prema općoj klasifikaciji koju navodi WTO turističke destinacije se „promatraju s nekoliko aspekta, a to su:

1. udaljene destinacije (najudaljenije mjesto u odnosu na adresu prebivanja),
2. glavne destinacije (mjesto gdje je turist proveo najviše vremena za vrijeme putovanja) i
3. motivirajuće destinacije (turističke destinacije koje su turistima atraktivne i za koje smatraju da ih moraju posjetiti).“ (WTO, 2019)

S druge strane, postoje i brojni drugi čimbenici koji utječu na razvoj turističke destinacije, a isti su prikazani Slikom 1.



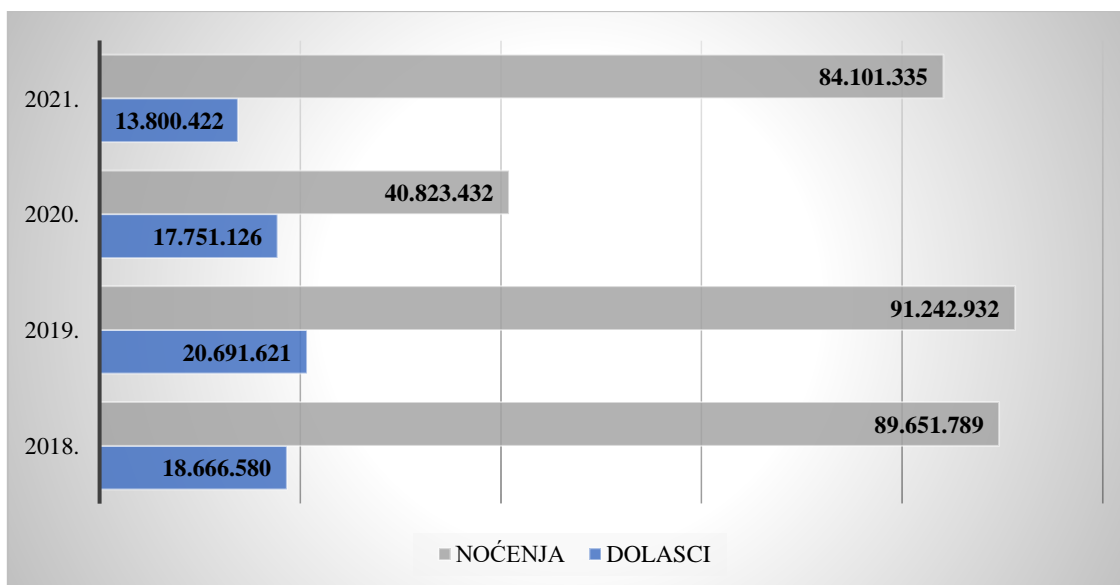
*Slika 1. Čimbenici koji utječu na razvoj turističke destinacije*

Izvor: Obrada autora prema WTO, Preuzeto s: <https://www.wto.org/>

### 2.3. Hrvatska kao turistička destinacija

Turizam u Republici Hrvatskoj izuzetno je bitan jer „značajno pridonosi razvoju gospodarstva.“ (OpenInfo.hr, 2008) Budući da Republika Hrvatska iz godine u godinu bilježi povećan broj turista iz različitih dijelova svijeta razlog povećanje potražnje ponajprije leži u doživljavanju Hrvatske kao kulturnog i povijesnog središta. Isto tako, bitno je istaknuti kako je najveći broj turističkih atrakcija smješten na obali Jadranskog mora, odnosno na području južne i srednje Dalmacije te Istre i Kvarnera, iako i kontinentalna Hrvatska „posjeduje specifične atrakcije one još uvijek nisu u potpunosti zaživjele.“ (Mikačić, 1998, str. 13.) Razlog povećanja smještajnih kapaciteta u na području južne i srednje Dalmacije te Istre i Kvarnera je jasan, a odnosi se na želju a uživanjem u suncu i Jadranskom moru.

Prema statističkim podacima od 2018. do 2021. godine evidentno je kako se broj turista iz godine u godinu povećava, s iznimnom u 2020. godini kada su zbog pandemije COVID-19 poduzete epidemiološke mjere za suzbijanje ovog virusa, što se u konačnici odrazilo na broj dolazaka i noćenja turista. Usporedba broja dolazaka i noćenja turista u Hrvatskoj za razdoblje od 2018. do 2021. godine prikazana je Grafikonom 1. u nastavku rada.



*Grafikon 1. Usporedba broja dolazaka i noćenja turista u Hrvatskoj (2018.-2021.)*

Izvor: Izrada autora prema Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Turizam u 2018. - Statistička izvješća, 2019., Zagreb. Preuzeto s: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1639.pdf), Državni zavod

za statistiku Republike Hrvatske, Turizam u 2021. – Statistička izvješća, 2021., Zagreb. Preuzeto:

[https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2021/SI-1645.pdf](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2021/SI-1645.pdf)

U grafikonu 1. prikazani su brojevi dolazaka i noćenja turista za razdoblje od 2018. do 2021. godine, te je iz iste evidentno kako je u 2019. u odnosu na 2018. godinu broj dolazaka povećao za 10,85%, a broj noćenja za 1,77%. Iznimka se dogodila u 2020. i 2021. godini, a razlog tog je pandemija COVID-19, odnosno pridržavanje epidemioloških mjera, zatvaranje državnih granica i zabrana ulaska u državu radi suzbijanja pandemije COVID-19. Najniži broj dolazaka evidentiran je u 2021. godini te je iznosio 13,8 milijuna, dok je najniži broj noćenja evidentiran je u 2020. godini kada je iznosio 40,8 milijuna. (DZS, 2021)

Usporedbom broja dolazaka i noćenja u promatranom razdoblju može se zaključiti kako za razliku od prethodnih godina u kojem je turizam Hrvatske bilježio konstantan rast, u 2020. i 2021. godini, pod utjecajem pandemije COVID-19 turizam je doživio značajan pad. Taj pad dogodio se prvenstveno radi donesenih mjera Nacionalnog stožera civilne zaštite koje su se odnosile na zatvaranje državne granice i zatvaranje ugostiteljskih objekata. (DZS, 2021)

### **3.PARKIRANJE U TURISTIČKIM DESTINACIJAMA**

U ovom poglavlju govori se o parkiranju u turističkim destinacijama, odnosno naglasak je stavljen na važnost cestovnog prometa za turističke destinacije pa se sukladno ranije spomenutom donosi analiza istog. Isto tako, u ovom poglavlju obrađuje se i promet kao element turizma u gradskim destinacijama te promet kao element kvalitete u turizmu gradskih destinacija, te problematika parkiranja.

#### **3.1.Važnost cestovnog prometa za turističku destinaciju**

Globalno gledano, na razvoj prometa u Hrvatskoj izuzetno su utjecali povijesno-politički odnosi, a glavnu ulogu u oblikovanju prometne politike Republike Hrvatske imale su države pod čijom je vlašću Hrvatska bila prije osamostaljenja, a „prometna politika tih država uglavnom nije bila sklona hrvatskim gospodarskim i prometnim interesima.“ (Čavrak, 2003) Drugim riječima, države pod čijom je vlašću bila Hrvatska prometnu politiku su prilagođavale razvoju vlastitih resursa, a velik problem za Hrvatsku predstavljalo je zaostalo gospodarstvo (nedovoljan razvoj manufakturne i poljoprivredne proizvodnje). (Čavrak, 2003).

Prema Čavrak (2003) „u svojoj osnovi promet se dijeli na: cestovni, zračni, pomorski i željeznički, a za ovaj završni rad od ključne važnosti je cestovni promet.Pod cestovnim prometom podrazumijeva se promet koji obuhvaća prijevoz robe i putnika cestovnim prijevoznim vozilima po cestovnim putovima kao i sve operacije i komunikacije u cestovnom prijevozu.“

Važnost cestovnog prometa za uspješno održavanje turizma u Republici Hrvatskoj obuhvaćaju stupanj razvijenosti cestovne infrastrukture te kvalitetnom upravljanje i vođenje cjelokupnom prijevoznom tehnologijom.

S obzirom na sve naprijed navedeno važno je istaknuti kako geoprometni položaj Hrvatske kao srednjoeuropske, podunavske i jadranske zemlje nije u dostatnoj mjeri valoriziran u pogledu privlačenja međunarodnih prometnih tokova i optimiranog korištenja, kako prirodnih resursa, tako i postojećih infrastrukturnih sadržaja.

Ciljevi daljnjeg razvoja cestovnog prometa u Republici Hrvatskoj određeni su i regulirani Strategijom prometnog razvoja Republike Hrvatske za razdoblje od 2017. do 2030. godine (dalje: Strategija). Kada je riječ o ovoj Strategiji, za istu je važno istaknuti kako je ovo „prvi dugoročni razvojni dokument prometnog sustava, nakon uspostave samostalne i suverene hrvatske države,“ (Strategija prometnog razvoja RH, 2017), „Priprema ovoga važnog dokumenta mogla je uslijediti tek nakon provedenih sveobuhvatnih sustavnih promjena i stabilizacije gospodarstva u Hrvatskoj, a u tim okvirima i u gospodarskom sektoru prometa.“ (Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske 2017.-2030.)

S obzirom na sve ranije navedeno, važno je istaknuti kako prema Bartoluci (2013., str. 113) „promet predstavlja izuzetno važan aspekt turističke destinacije jer se uz pomoć istog odvijaju sve ljudske aktivnosti i gospodarski razvoj države, pa samim time i turističke destinacije.“ S druge strane, prema Maršaniću (2008, str. 95) važnost prometa u turističkoj destinaciji analizira se „kao element turizma u gradskim destinacijama i kao element kvalitete u turizmu gradskih destinacija.“ U ovom elementima govori se u nastavku rada.

### **3.1.1.Promet kao element turizma u gradskim destinacijama**

Promet kao element turizma promatra se s dva aspekta, a to su: stupanj razvijenosti i uslužnost prometnog sustava. Ova dva aspekta ključan su preduvjet razvoja turizma u gradskim destinacijama. S obzirom da je promet sastavni dio turizma, važno je istaknuti kako bez dobre prometne razvijenosti nema ni turizma jer je korištenje prijevoznih sredstava nužno za prijevoz turista i razgledavanje turističke destinacije. Prema Maršaniću (2008, str. 95) problem s prometom događa se na svim razinama prometnog sustava, ali zbog jednostavnijeg pregleda imenovani autor promet kao element turizma podijelio je s obzirom na funkcije uz pomoć kojih se isti izvršava, a to su: prometna dostupnost do turističke destinacije sama funkcija prometa unutar turističke destinacije.

Kada je riječ o prometnoj dostupnosti do turističke destinacije za istu je važno istaknuti kako ista obuhvaća državnu ili međunarodnu prometnu infrastrukturu koja mora kumulativno zadovoljiti uvjete propisane prometnim propisima i pravilima. Ispunjavanje uvjeta propisanih



prometnim propisima važno je za sam razvoj turističke destinacije jer se istima iskorištava kapacitet turističke destinacije. (Maršanić, 2008, str. 96)

Slijedom navedenog može se zaključiti kako je za razvoj svake turističke destinacije od ključne važnosti dobra prometna povezanost, pa je od 2013. godine, odnosno od ulaska u EU, Hrvatska uložila značajna financijska sredstva s ciljem izgradnje cestovne infrastrukture. Iako je Hrvatska izuzetno atraktivna turistička destinacija pojavljuje se problem prekapacitiranosti turista u ljetnim mjesecima, odnosno velika koncentracija turista rezultira velikim gužvama i manjkom parkirnih mjesta. Kao produkt toga stvara se zagušenost prometa, buka, zagađenje zraka što u konačnici utječe na kvalitetu prometne povezanosti u Hrvatskoj, odnosno Hrvatske kao turističke destinacije.

U takvim okolnostima svaka turistička destinacija ima primarni i sekundarni cilj. „Primarni cilj turističke destinacije je omogućiti turistima dolazak do turističke destinacije, a sekundarni cilj je omogućavanje turistima mobilnost unutar te turističke destinacije.“ (Horak, 2005, str. 86)

Analizirajući prometnu infrastrukturu u Republici Hrvatskoj važno je istaknuti kako je problem prometa riješen izgradnjom autoceste, ali još uvijek su aktualni neki neriješeni problemi poput:

- „neodgovarajućih spojeva autocesta s lokalnom mrežom,
- nedimenzioniranosti i neodgovarajućeg održavanja lokalnih cesta u naseljima i izvan njih te
- prometnih gužvi u gradovima, posebice onim većim.“ (Maršanić, 2008, str. 100)

Osim ranije spomenutih problema, važno je istaknuti i probleme koji postoje unutar turističke destinacije, a iste se odnose na kvalitetu prometa u turističkoj destinaciji koja u konačnici utječe na doživljaj i dojmove turista. Ta kvaliteta odnosi se na: stanje cestovne mreže, organizaciju javnog prijevoza, mogućnost parkiranja, sigurnost sudionika u prometu i slično.

Kako bi se ranije spomenuti ciljevi ostvarili u cijelosti potrebno je daljnje ulaganje u prometnu infrastrukturu Republike Hrvatske koja će biti usklađena s važećim propisima iz ovog područja na razini Europske unije.

### 3.1.2.Promet kao element kvalitete u turizmu gradskih destinacija

Kvaliteta prometa je od ključne važnosti i jedan od glavnih uvjeta za razvoj turizma i turističke destinacije. Prema Mrnjavac (2002, str. 189) kvaliteta se definira kao „razina zadovoljenja i potvrđivanja potreba i zahtjeva potrošača“, te je to kontinuirani proces jer se zahtjevi potrošača stalno mijenjaju i oni traže još više i još bolje. Budući da je promet vrlo važna stavka svake turističke destinacije, turisti koji dolaze u turističku destinaciju kao korisnici prometnih usluga zahtijevaju što veću razinu kvalitete. Kvalitetu jedne prometne usluge sačinjavaju sljedeći elementi:

- udobnost,
- brzina,
- redovitost,
- točnost,
- cijena,
- sigurnost kao i
- dodatne usluge tijekom prijevoza te mogućnost prijevoza „od vrata do vrata“.

Temeljem ranije spomenutog kvaliteta prometne usluge uvelike utječe na kvalitetu turističke usluge i zadovoljstvo turista, pa je sukladno tome kvalitetu prometa potrebno prilagoditi željama i potrebama turista. Razlog takvog shvaćanja je konstantna međusobna povezanost između prometa i turizma pri čemu se nerijetko stvaraju konflikti i problemi. (Mrnjavac, 2002, str. 190) Turizam generira veliku prometnu potražnju što prometu često stvara velike pritiske kod zadovoljavanja te potražnje. Stoga bi rješenje za to bilo produženje turističke sezone čime bi se postigao više uravnotežen odnos prometne ponude i turističko prometne potražnje.

Problemi koji se pojavljuju u turističkim destinacijama, a utječu na kvalitetu turističke destinacije su:

- „povećanje gustoće prometa i pogoršanje uvjeta za odvijanje prometa i
- sve veći broj raznih vrsta vozila i pješaka koji traže slobodne površine za kretanje i parkiranje.“ (Maršanić, 2008., str. 119)

Kako bi se ranije spomenuti problemi glede prometa u turističkoj destinaciji regulirali i smanjili potrebno je ponajprije rješavati probleme vezane za prometnu infrastrukturu turističke destinacije, a to je dobar preduvjet za razvoj turizma u turističkoj destinaciji.

### **3.2. Problem parkiranja u turističkim destinacijama**

Parkiranje vozila veliki je problem u urbanim sredinama u razvijenim zemljama i zemljama koje su u razvoju. Manjak parkirnih mjesta, visoke cijene parkiranja i gužve u prometu zbog posjetitelja koji traže parkirno mjesto samo su neki od primjera svakodnevnih problema parkiranja. U većim gradovima, kako se razvoj odvija, stopa stvaranja parkinga brzo raste što dovodi do velikih problema s parkiranjem.

Moderna tehnologija proizvela je niz novih rješenja i tehnika koje se odnose na rješenja problema parkiranja u turističkim destinacijama. Karakteristike parkiranja na ulici i izvan ulice analiziraju se uzimajući u obzir statistiku parkiranja koja uključuje akumulaciju parkiranja, zauzetost parkiranja, opterećenje parkiranja, prosječno trajanje parkiranja, indeks parkiranja/učinkovitost parkiranja. Neka područja, čak i s dovoljnim kapacitetom za parkiranje, „pate“ od zagušenja zbog nepravilnog upravljanja i nedostatka potrebnih znakova, označavanja uvala i drugih pametnih tehnika.

Problem parkiranja u turističkim destinacijama u Hrvatskoj pojavljuje se ponajprije zbog velike koncentracije prometa u malim gradovima, jer je na malom prostoru smješten velik broj smještajnih kapaciteta, trgovačkih lanaca i slično, pri čemu dolazi do problema u parkiranju. Ovaj problem je prisutan tijekom cijele godine, a u priobalnim područjima eskalira u ljetnim mjesecima.

Trenutna situacija s parkiranjem u Republici Hrvatskoj vrlo je alarmantna s nepoznatim rokom i načinom rješavanja. Naime, da bi se zadovoljile velike potrebe za parkiranjem u stambenim područjima, moguće je izgraditi garažne objekte. Međutim, izgradnja je takvih objekata iznimno skupa i vrlo je dug rok povrata ulaganja, njihova je realizacija vrlo upitna. Naime, u svim hrvatskim gradskim i turističkim destinacijama potrebne su nove strategije gradskog prometa koje se zasnivaju na zadržavanju osobnih vozila na rubnim dijelovima i parkiralištima s kojih konstantno polaze sredstva javnog gradskog putničkog prijevoza

(autobusi, *shuttle-servis*, tramvaji, trolejbusi, gradske željeznice na električni pogon, rent-a-car, taxi vozila i slično) (Mrnjavac, 2002., str. 144).

## **4.OPĆENITO O PARKIRANJU U GRADU OMIŠU**

U ovom poglavlju naglasak je stavljen na stanjeimogućnosti glede parkiranja u gradu Omišu, odnosno govori se općenito o parkiranju u gradu Omišu, razvoju i turističkoj ponudi, mogućnostima parkiranja, parkirališnoj ponudi i načinu plaćanja te problemu parkiranju u gradu Omišu.

### **4.1.Razvoj i turistička ponuda grada Omiša**

Omiš kao turistička destinacija, odnosno turizam Omiša u nadležnosti je Turističke zajednice grada Omiša, a uvidom u službenu stranicu Turističke zajednice grada Omiša evidentno je kako Omiš kao turistička destinacija ima bogatu kulturnu i povijesnu baštinu, gastronomiju, plaže, te brojne manifestacije koje su povezane s aktivnim odmorom (organizirane ture izleta s brodom na susjedne otoke).

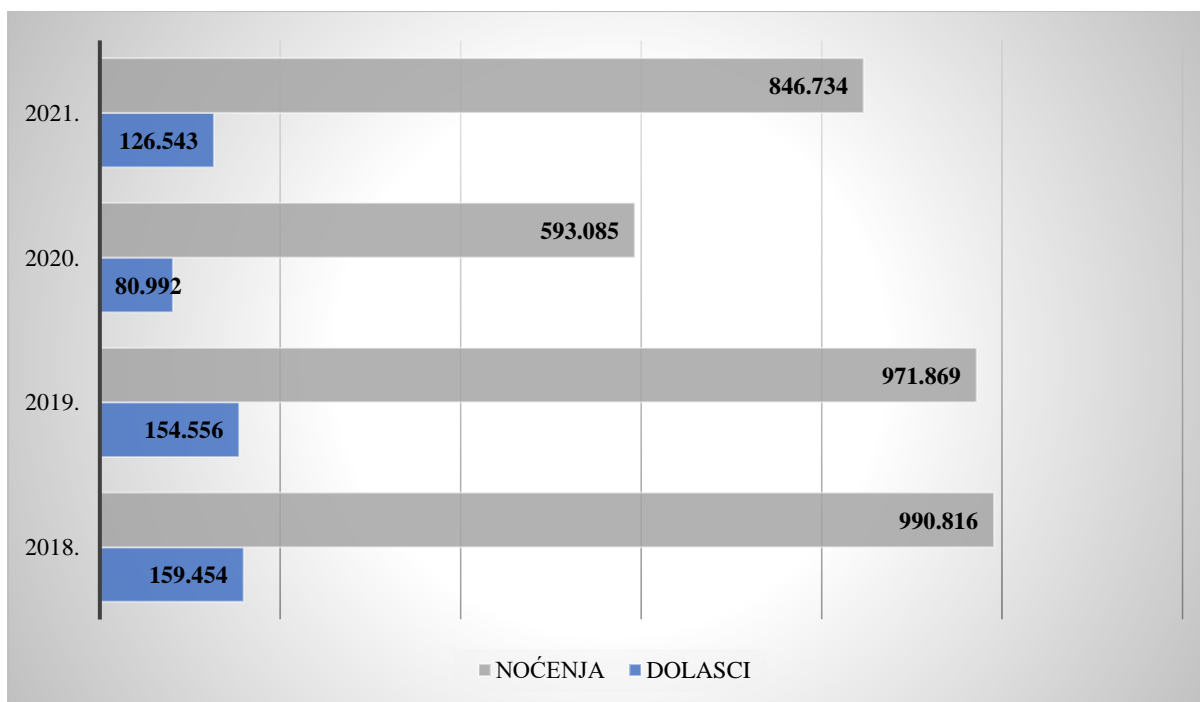
U iznimno atraktivnu i rado posjećenu kulturu baštinu ubraja se utvrda Mirabela, Fortica, brojne kamene kuće koje datiraju iz 16. stoljeća od kojih se ističe „Kuća sretnog čovjeka“, Crkva Sv. Petra, Ilirsko sjemenište, Poljički trg, Župna crkva sv. Mihovila sa zvonikom, Crkva sv. Duha i slično. S druge strane, u gradu Omišu dostupna je bogata gastronomska ponuda od kojih se ističu restorani koji serviraju autohtona lokalna jela i pića specifična za ovu turističku destinaciju (npr. poljički soparnik, dalmatinski pršut, riba s gradela i jelo ispod peke). S obzirom na bogatu povijest i kulturnu baštinu u Omišu su događaju brojne kulturne manifestacije, a neke od najvažnijih su: Gusarska bitka (sredinom kolovoza), noći dalmatinske muzike (tijekom ljetnog perioda), omiški polumaraton i Omiški božićni grad (prosinac i siječanj).



*Slika 2. Omiš*

Izvor: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/65/Omis\\_01.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/65/Omis_01.jpg) (pristupljen 01.05.2022.)

U nastavku rada grafikonom 2. prikazana je usporedba broja dolazaka i noćenja turista u razdoblju od 2018. do 2021. godine za grad Omiš.



*Grafikon 2. Broj dolazaka i noćenja turista u Omišu (2018.-2021.)*

Izvor: Obrada autora prema Državni zavod za statistiku, Turizam Splitsko-dalmatinske županije, Preuzeto: <https://www.dalmatia.hr/wp-content/uploads/2021/02/Prosinac-2019.-i-kumulativ-sijec%CC%8Canj-prosinac-7.1.2020.-u-8.25-sati-.pdf> (pristupljeno 15.03.2022.)

Iz grafikona 2. vidljivo je kako se u 2021. godini u odnosu na 2018. godinu ukupan broj dolazaka i noćenja turista smanjio za 1,26%, a najmanji je bio u važnoj 2020. godini u kojoj je i počela pandemija COVID-19. S druge strane, broj noćenja u 2021. godini u odnosu na 2018. godinu smanjio se za 14,7%, a najniži broj noćenja turista bio je u 2020. godini. (DZS, 2021)

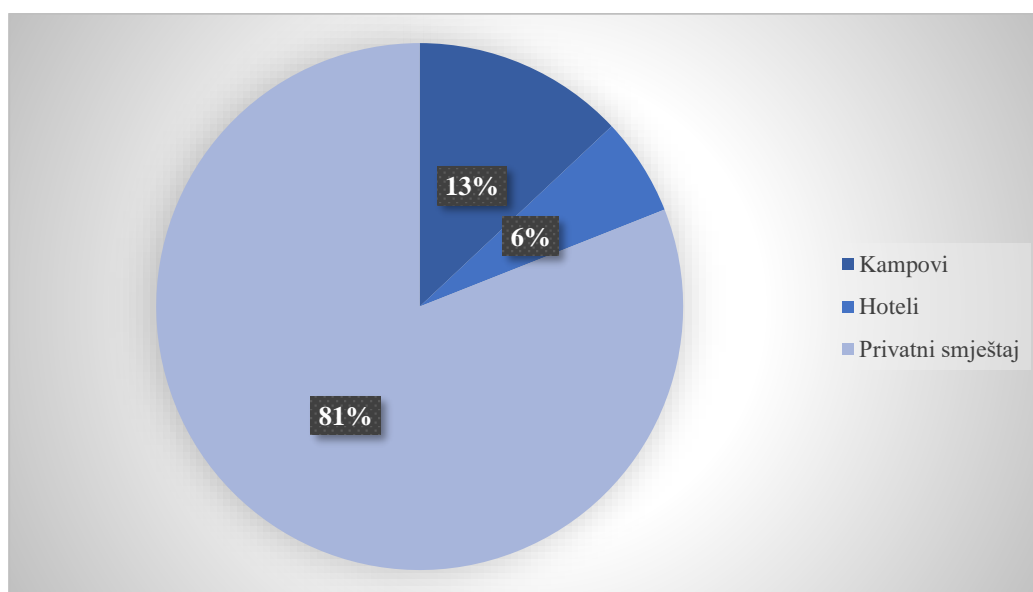
U analiziranom periodu dolasci i noćenja turista u Omišu od 2018. godine bilježe pad koji je bio najveći u pandemijskoj godini 2020. Nastavno na ranije navedeno, važno je spomenuti i razvoj smještajnih kapaciteta na području Omiša. Uvidom u Strateški marketing plan turizma grada Omiša (2017) evidentno je kako je broj smještajnih kapaciteta u posljednjih deset godina značajno porastao, a podaci o istom prikazani su Tablicom 1.

Tablica 1. Usporedba razvoja smještajnih kapaciteta u Omišu (2007.-2017.)

Godina	Hoteli	Kampovi	Privatni smještaj	Ostalo	Ukupno
2007.	24.248	12.051	90.983	6.291	133.573
2017.	31.731	12.802	115.290	18.133	177.956
Povećanje (%)	31%	6%	27%	188%	33%

Izvor: Obrada autora prema Strateški marketing plan turizma grada Omiša (2017). Razvoj smještajnih kapaciteta. Preuzeto: <http://www.omis.hr/2016pdf/StratPlanTZG.pdf> (pristupljeno 15.03.2022.)

Iz tablice 1. vidljivo je kako je broj hotela u 2017. godini u odnosu na 2007. godini povećao se za 31%, broj kampova za 6%, broj privatnih smještaja za 27%, dok se ostali smještaj povećao za visokih 188%. Slijedom navedenog može se zaključiti da je u promatranom desetgodišnjem razdoblju broj smještajnih kapaciteta u 2017. godini u odnosu na 2007. godinu povećao se za 33%. U nastavku rada grafikonom 3. prikazan je udio smještaja po kategorijama u ukupnom smještaju na području grada Omiša za 2017. godinu.



Grafikon 3. Udio smještaja po kategorijama na području Omiša (2017)

Izvor: Obrada autora prema Strateški marketing plan turizma grada Omiša (2017). Razvoj smještajnih kapaciteta. Preuzeto: <http://www.omis.hr/2016pdf/StratPlanTZG.pdf> (pristupljeno 15.03.2022.)



Iz grafikona 3. može se zaključiti kako u ukupnom smještaju na području grada Omiša najveći udio zauzima privatni smještaj s 81%, odnosno apartmani što se u konačnici pozitivno odražava na iskorištavanje privatnih smještajnih kapaciteta, ali s druge strane velik problem predstavlja parkiranje na području grada Omiša o čemu će se govoriti u nastavku rada.

#### **4.2.Mogućnosti parkiranja i parkirališna ponuda u gradu Omišu**

„Organizacija naplata i kontrola parkiranja provodi se u Gradu Omišu od 2004. god. Trenutno na raspolaganju ima 500 parkirališnih mjesta u uličnom parkiralištu i 300 u vanuličnom.“ (Grad Omiš). Organizacija i naplata parkiranja provodi se temeljem Odluke o organizaciji, načinu naplate i kontrole parkiranja u gradu Omišu. Odlukom su određene i parkirališne zone, vremensko ograničenje trajanja parkiranja i naplate, cijene parkirališnih karata i način korištenja povlaštenih parkirališnih karata te nadzor nad parkiranjem. Plaćanje parkiranja moguće je ostvariti kupnjom parkirališne karte u službenim prostorijama, na parkirnom automatu te mobilnim uređajem (m-parking).

U Omišu postoje dvije zone: 1. Zona (broj za m-parking 708215) i 2. Zona (broj za m-parking 708216), a dio 1. Zone prikazan je Slikom 3. dok je dio 2. Zone prikazana Slikom 4. u nastavku rada.



*Slika 3. Parking - zona I.*

Izvor: autor



*Slika 4. Parking - zona II.*

Izvor: autor

Naplata parkinga vrši se vremenu kako je prikazano Tablicom 2. u nastavku rada.

*Tablica 2. Vrijeme naplate parkinga u Omišu*

	<b>01.06.-30.09.</b>	<b>01.10.-31.05.</b>
<i>1. ZONA</i>	Ponedjeljak – nedjelja i praznikom: 7:00 – 23:00 h	Ponedjeljak-petak: 7:00 – 19:00 h Subota: 7:00 – 14:00 h Nedjelja i praznik: /
<i>2. ZONA</i>	Ponedjeljak – nedjelja i praznik: 7:00 – 23:00 h	Ponedjeljak-petak: 7:00 – 19:00 h Subota: 7:00 – 14:00 h Nedjelja i praznik: /

Izvor: Izrada autora prema <http://www.omis.hr/Vlastitipogon/Parking/tabid/248/Default.aspx> (pristupljeno 30.04.2022.)

Cjenik naplate parkinga i vremensko ograničenje prikazano je Tablicom 3. u nastavku rada.

*Tablica 3. Cjenik naplate parkinga i vremensko ograničenje*

	<b>1.7.-31.8.</b>		<b>1.9.-30.6.</b>	
	<i>1. ZONA</i>	<i>2. ZONA</i>	<i>1. ZONA</i>	<i>2. ZONA</i>
<i>Putničko vozilo, kombi i teretno vozilo do 1,5 tona nosivosti te motocikla i njihove prikolice</i>	8 kn / h min: 1 h max: 3 h	5 kn / h min: 1 h max: -	6 kn / h min: 1 h max: 3 h	5 kn / h min: 1 h max: -
<i>Dnevna parkirališna karta</i>	01.06.-30.09.		01.10.-31.05.	
	120 kn	100 kn	90 kn	75 kn

Izvor: Izrada autora prema <http://www.omis.hr/Vlastitipogon/Parking/tabid/248/Default.aspx> (pristupljeno 30.04.2022.)

Parking s rampom na Priku (Slika 5.) je jedan od najvažnijih parkinga na području Grada Omiša.



*Slika 5. Parking s rampom na Priku*

Izvor: <http://www.omis.hr/Vlastitipogon/Parking/tabid/248/Default.aspx> (pristupljeno 30.04.2022.)

Cjenik parkiranja na ovom parkingu prikazan je nastavku rada Tablicom 4.

*Tablica 4. Cjenik parkiranja na parkingu s rampom na Priku*

<i>Za putničko vozilo, kombi i teretno vozilo do 1,5 t nosivosti te motocikla i njegove prikolice</i>	5 kn / h
<i>Autobuse, kampere i putničko vozilo s prikolicom</i>	10 kn / h
<i>Mjesečna pretplata za putničko vozilo, kombi i teretno vozilo do 1,5 t nosivosti te motocikla i njegove prikolice</i>	120 kn / mj

Izvor: izrada autora prema <http://www.omis.hr/Vlastitipogon/Parking/tabid/248/Default.aspx> (pristupljeno 30.04.2022.)

Radno vrijeme parkinganaPriku prikazano je Tablicom 5.

Tablica 5. Radno vrijeme parkinga

15.5.-30.6.	1.7.-31.8.	1.9.-31.10.	1.11.-14.5.
7:00 – 23:00 h	0:00 – 24:00 h	7:00 – 23:00 h	Nema naplate parkinga

Izvor: izrada autora prema <http://www.omis.hr/Vlastitipogon/Parking/tabid/248/Default.aspx> (pristupljeno 30.04.2022.)

Iz tablice 5. vidljivo je kako je radno vrijeme parkinga najduže u vrijeme ljetne sezone, odnosno od 1. srpnja do 31. kolovoza, dok od 1. studenog pa sve do 15. svibnja parking se uopće ne naplaćuje. U nastavku rada tablicom 6. prikazuje se radno vrijeme blagajne parkinga.

Tablica 6. Radno vrijeme blagajne parkinga

Zimsko radno vrijeme (1.10.-31.5.)	Ljetno radno vrijeme (1.6.-30.9.)
Ponedjeljak – petak 7:00 – 15:00 h	Ponedjeljak – petak: 7:00 – 15:00 h
Subota 8:00 – 11:30 h	Rad sa strankama od 8:00 – 14:30 h
Pauza 11:30 – 12:00 h	Subota, nedjelja i blagdani: 8:00 – 12:00 h Pauza: 11:30 – 12:00 h

Izvor: izrada autora prema <http://www.omis.hr/Vlastitipogon/Parking/tabid/248/Default.aspx> (pristupljeno 30.04.2022.)

Nakon detaljne analize cijena i ponude parkinga koje se nalazi na području Omiša važno je spomenuti kako je nakon terenskog rada dobiven potpuniji uvid u princip funkcioniranja parkinga na području grada Omiša. U nastavku rada tablicom 7. prikazuje se popis artikala na području Grada Omiša po zonama i cijenama, a podaci su dobiveni od službenika Vlastitog pogona koji je zadužen za gradski parking grada Omiša.

Tablica 7. Popis artikala

R.BR.	Naziv	Vrsta	Razdoblje	Zona	Vrijedi za	Cijena	Aktv.
1.	DNEVNA KARTA I ZIMA	DPK	DNEVNA	1.	1.	90,00	Da
2.	DNEVNA KARATA II ZIMA	DPK	DNEVNA	1.		75,00	Da
3.	DPK NAPLATA	NAPLATA DPK	DNEVNA	1.		0,00	Da
4.	GODIŠNJA KOMERCIJALNA	PPK	GODIŠNJA	2.	2.	600,00	Da
5.	INVALID I/II	PPK	MJESEČNA	1.	1.2.	25,00	Da
6.	KOMERCIJALNA	PPK	MJESEČNA	2.	2.	60,00	Da
7.	MIRABELA	RAZNO				30,00	Da
8.	MJESEČNA NA RAMPI	PPK	MJESEČNA	2.	2.	120,00	Da
9.	NEZAPOSLENIČKA	PPK	MJESEČNA	2.	2.	0,00	Da
10.	ODOBRENJE II	PPK	MJESEČNA	2.	2.	0,00	Da
11.	OPĆINA I/II	PPK	MJESEČNA	1.	1.2.	30,00	Da
12.	OPĆINA – ZAPOS. I/II	PPK	MJESEČNA	1.	1.2.	30,00	Da
13.	PK 1. ZONA 1 SAT LJ	RAZNO	SATNA	1.	1.	6,00	Da
14.	PK 2. ZONA 1 SAT LJ	RAZNO	SATNA	2.	2.	5,00	Da
15.	PPK – DESETODNEVNA II	PPK	DESETODNEVNA	2	2.	150,00	Da
16.	RAMPA SATNA KARTA	RAZNO				5,00	Da
17.	RAMPA – KAM.	PPK	MJESEČNA	2.	2.	500,00	Da
18.	REZERVIRANA 1.	PPK	MJESEČNA	1.	1.2.	0,00	Da
19.	STANAR II	PPK	MJESEČNA	2.	2.	30,00	Da
20.	TURISTIČKA 10 DANA	PPK	DESETODNEVNA	2.	2.	150,00	Da
21.	TURISTIČKA II	PPK	TJEDNA	2.	2.	100,00	Da
22.	TURISTIČKA MJESEČNA	PPK	MJESEČNA	2.	2.	400,00	Da
23.	TVRTKA I	PPK	MJESEČNA	1.	1.2.	100,00	Da

24.	TVRTKA II	PPK	MJESEČNA	2.	2.	100,00	Da
25.	ULAZNICA MIRABLA	RAZNO				20,00	Da
26.	ULAZNICA MIRABLA	RAZNO				25,00	Da
27.	UMIROVLJENIČKA	PPK	MJESEČNA	2.	2.	0,00	Da

Izvor: Izrada autora prema terenskom istraživanju u Vlastitom pogonu grada Omiša

Dalje, u nastavku rada tablicom 8. donosi se popis radnih ulica, odnosno ulica gdje se naplaćuje parking.

*Tablica 8. Popis radnih ulica*

R. br.	Radna Ulica	Ulica	Mjesto	Zona	Sektor	Parkirna Mjesta	Invalidska Mjesta	Rezervirana mjesta
1.	CETINSKA ULICA	CETINSKA ULICA	OMIŠ	II	3	11	0	0
2.	Č. ŽARKA	Č. ŽARKA	OMIŠ	II	3	122	0	0
3.	ČETVRT KRALJA ZVONIMIRA	ČETVRT KRALJA ZVONIMIRA	OMIŠ	II	3	11	0	0
4.	ČETVRT OMIŠKE	ČETVRT OMIŠKE BOJNE	OMIŠ	II	4	66	0	0
5.	ČETVRT RIBNJAKA	ČETVRT RIBNJAKA	OMIŠ	II	4	200	0	0
6.	ČETVRT VRILO	ČETVRT VRILO	OMIŠ	II	3	31	0	0
7.	GLAGOŠLJAŠKA	GLAGOLJAŠKA	OMIŠ	II	3	31	0	0
8.	ISPRED GALEBA	PUNTA	OMIŠ	II	2	20	0	0
9.	JOKE KNEŽEVIĆA	JOKE KNEŽEVIĆA	OMIŠ	II	2	32	0	0
10.	JOSIPA PUPAČIĆA	JOSIPA PUPAČIĆA	OMIŠ	II	2	15	0	0
11.	KOD NADCESTARIJE	VUKOVARSKA CESTA	OMIŠ	II	3	23	0	0
12.	OBALA GUSARA	OBALA GUSARA	OMIŠ	II	2	16	0	0
13.	PUT MOSTINE	PUT MOSTINE	OMIŠ	II	2	14	0	0
14.	PUT RIBNJAKA	PUT RIBNJAKA	OMIŠ	II	4	185	0	0
15.	RENKA ŠPERCA	RENKA	OMIŠ	II	2	12	0	0

		ŠPERCA						
16.	TRG IVANA RAOSA	TRG IVANA RAOSA	OMIŠ	II	2	67	0	0
17.	ULICA PUNTA	PUNTA	OMIŠ	I	2	54	0	0
18.	VLADIMIRA NAZORA	VLADIMIRA NAZORA	OMIŠ	II	2	18	0	0
Ukupno						928		

Izvor: izrada autora prema terenskom istraživanju u Vlastitom pogonu grada Omiša

Ukupan iznos izdanih parkirnih karatanana automatima za naplatu parkinga po mjesecima za zonu 1. prikazan je u nastavku rada tablicom 9.

*Tablica 9. Ukupan iznos izdanih parkirnih karata na automatima po mjesecima - zona I.*

MJESEC	BROJ
01/21	0
02/21	0
03/21	8.772,5
04/21	9.998,8
05/21	7.014,5
06/21	44.891,8
07/21	97.890
08/21	107.827
09/21	56.970
10/21	17.328,5
11/21	8.109,05
12/21	5.333,5

Izvor: izrada autora prema dobivenim rezultatima prikupljenim na terenu u Vlastitom pogonu grada Omiša

Iz tablice 9. vidljivo je kako je najveći broj korištenja automata u vrijeme ljetne sezone, odnosno u srpnju i kolovozu. Nadalje, u tablici 10. prikazuje se ukupan iznos izdanih parkirnih karata na automatima po mjesecima – zona II.



Tablica 10. Ukupan iznos izdanih parkirnih karata na automatima po mjesecima - zona 2.

MJESEC	BROJ
01/21	0
02/21	0
03/21	0
04/21	9.052
05/21	49.907
06/21	271.921
07/21	893.291
08/21	1.276.013
09/21	464.722
10/21	121.712
11/21	22.211
12/21	13.448

Izvor: Izrada autora prema dobivenim rezultatima prikupljenim na terenu u Vlastitom pogonu u gradu Omišu

Iz tablice 10. vidljivo je kako je najveći broj korištenja automata za naplatu parkinga u vrijeme ljetne sezone, odnosno u srpnju (893.291) i kolovozu (1.276.013).

Prema ukupnom iznosu izdanih parkirnih karata na automatima tijekom godine, u zoni 1. i zoni 2., može se zaključiti da tijekom zimskih mjeseci grad Omiš nema problema s nedostatkom parkirališnih mjesta za razliku od ljetnih mjeseci.

## **5.PROBLEM I PRIJEDLOG RJEŠENJA PARKIRANJA U GRADU OMIŠU**

Temeljem prikupljenih podataka primarnim i sekundarnim istraživanjem može se zaključiti kako osnovni problem grada Omiša kada je riječ o parkiranju proizlazi iz toga što je Omiš tranzitno područje te putovanje turista od Splita do Makarske utječe na sam protok prometa u Omišu.

Također grad Omiš iz godine u godinu sve više je atraktivna turistička destinacija, te velik broj turista koji posjećuju Split odluču se i na dolazak u Omiš. S obzirom na navedenu situaciju u ljetnom periodu pojavljuje se problem parkiranja u Omišu zbog prevelikog broja vozila u gradu.

Problem parkiranja u gradu Omišu posebno se pojavljuje u samom centru grada gdje je koncentracija automobila i ljudi veća nego u perifernim dijelovima grada. Razlog takvog stanja su brojne atrakcije koje se nalaze u području strogog centra grada Omiša. Osim svakodnevnih vozila stanara u centru grada Omiša svoja vozila ostavljaju i oni koji ne žive u gradu Omišu nego su tu zaposleni ili su došli posjetiti grad Omiš kao turističku destinaciju.

Rješenje za ovaj problem, odnosno za problem nedostatka parkirališnih mjesta zbog prevelikog broja automobila, pogotovo u ljetnom periodu, mogao bi se riješiti podzemnom garažom na više etaža koja se može izraditi na mjestu već postojećeg parkinga. Drugo rješenje ovog problema odnosi se na izgradnju parkinga izvan strogog centra Omiša, pa bi se samim time rasteretio i promet unutar samog grada.

Velik problem u Omišu predstavlja pješački prijelaz (zebra) u blizina parka i dječjeg igrališta, odnosno nema semafora koji regulira promet na predmetnoj dionici ceste, a dječji park i igralište nalaze se u blizini magistralne ceste. Osnovni problem koji se pojavljuje u blizini dječjeg igrališta je nepropisno parkiranje na zebru i nepoštivanje zabrana parkiranja. (Slika 6.).



*Slika 6. Dječje igralište uz gradsku plažu Omiš*

Izvor: In Tour. Preuzeto: <https://intour.ba/ponuda/omis-kamp-galeb/>

Naime, stanovnici i drugi prolaznici ostavljaju svoje automobile parkirane uz rub kolnika koji je namijenjen za hodanje pješaka (Slika 7.) što u konačnici predstavlja problem prolaska pješaka na tom dijelu ceste.



*Slika 7. Npropisno parkiranje u Omišu*

Izvor: Osobna izrada autora

Ranije spomenute okolnosti stvaraju problem zbog nepreglednosti prometa prilikom prelaska djece i drugih građana s jedne strane ulice na drugu, što predstavlja veliku opasnost za sve pješake koji se kreću tim dijelom grada. Prijedlog za rješenje spomenutog problema se nalazi u strožim propisima nadležne policijske postaje, odnosno pisanje kazni zbog nepropisnog parkiranja, te uvođenje semafora u onom dijelu grada gdje je koncentracija prometa povećana.

## 6.ZAKLJUČAK

Pod utjecajem globalizacije i neprekidnim razvojem tehnologije dolazi do povećanja broja motornih vozila u cijelom svijetu što se u konačnici održava na probleme parkiranja u turističkim destinacijama, zagađenje okoliša, stvaranje buke i stvaranje gužvi. Glavni prometni problemi suvremenih gradova u zemljama u razvoju mogu se vrlo lako uočiti, a generalno suistite se odnose na sljedeće: nedovoljno cestovnih mreža i nedostatak prostora za proširenje postojeće cestovne mreže, nedostatak parkirnih mjesta i objekata, nefunkcionalni javni prijevoz i neprikladni uvjeti za nemotorizirani promet itd.

Priobalni gradovi koji imaju veliku turističku perspektivu, odnosno kao takvi predstavljaju atraktivne turističke destinacije, stoga ranije spomenuti nedostaci predstavljaju veliki problem pogotovo u vrijeme ljetne sezone. U onim gradovima koji imaju turističku perspektivu ovi problemi mogu predstavljati ozbiljne prepreke za razvoj. U tim gradovima problemi u prometu postoje trajno, ali su najizraženiji tijekom turističke sezone (ljeti) ili su povezani s nekim posebnim događajima kada se promet znatno povećava.

U završnom radu analiziran je problem parkiranja na primjeru Omiša kao izuzetno atraktivne turističke destinacije u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Temeljem prikupljenih podataka primarnim i sekundarnim istraživanjem može se zaključiti kako osnovni problem grada Omiša kada je riječ o parkiranju proizlazi iz toga što je Omiš tranzitno područje, te putovanje turista od Splita do Makarske utječe na sam protok prometa u Omišu. Isto tako, u ljetnom periodu je prisutno zaustavljanje turista u Omiš što uzrokuje nedostatak parkirnih mjesta.

Sugestije za rješavanje problema parkiranja u Omišu proizlaze ponajprije iz osmišljavanja dobre strategije za regulacije prometa i parkinga na području Omiša. Iako, je organizacija parkinga u Omišu posljednje dvije godine, odnosno prema novoj strategiji, značajno napredovala potrebno je još ulagati u ovo područje kako bi se protok prometa odvijao nesmetano i kako bi se stvarali manji zastoji kroz sam centar Omiša.

## LITERATURA

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske, Turizam u 2020. - Statistička izvješća, 2021., Zagreb. Preuzeto s: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2021/SI-1639.pdf](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2021/SI-1639.pdf)

Bartoluci, M. (2013). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*. Zagreb: Školska knjiga.

Čavrak, V. (2003). *Makroekonomski management i strategija prometa Hrvatske*. Zagreb: Politička kultura.

Horak, S. (2005.). *Turizam i promet u Hrvatskoj*. U: Čorak, S. (Ur.), Zagreb: Ceste i mostovi, Hrvatsko društvo za ceste.

Hitrec, T. (1995). *Turistička destinacija - pojam, razvitak, koncept*. Zagreb: Institut za turizam.

In Tour. Preuzeto: <https://intour.ba/ponuda/omis-kamp-galeb/>

Laws, E. (1995). *Touristdestinationmanagement*. London: EMEA.

Magaš, D. (1997.). *Turistička destinacija*. Opatija: Hotelijerski fakultet Opatija.

Magaš, D. (2003.). *Management turističke organizacije i destinacije*. U: Bartoluci, M. (Ur.), Rijeka: Adamić.

Maršanić, R. (2008.). *Parkiranje u turističkim destinacijama*. Rijeka: IQ PLUS d.o.o. Kastav.

Mrnjavac, E. (2002.). *Promet u turizmu*. U: Zelenika; R. (Ur.), Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment.

Mikačić V. (1998). Tourism of Croatia –Position and Perspective, Hrvatski geografski glasnik, 1-16.

Narodne novine (2020). Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma. Zagreb: Narodne novine d.d. br. 42/20

Vukonić, B. i Čavlek, N. (2001). *Rječnik turizma*. Zagreb: Masmedia.

Vukonić, B. (1995.). *Smisao i objašnjenje pojma turistička destinacija*. Zagreb: Turizam, Vol. 43.

OpenInfo Trend, e-Turizam u Hrvatskoj i svijetu.

Preuzeto:<http://www.infotrend.hr/clanak/2008/5/eturizam-u-svijetu-i-hrvatskoj,12,288.html%20>

Parking Omiš. Preuzeto: <http://www.omis.hr/Vlastitipogon/Parking/tabid/248/Default.aspx>

Strategija prometnog razvoja Republike Hrvatske (2017.-2030.) Preuzeto:

<http://www.mppi.hr/default.aspx?id=16279>

Zelenika R. (2001). „Prometni sustavi- tehnologija, organizacija, ekonomika, logistika, menadžment“, Rijeka: Ekonomski fakultet u Rijeci

Zelenika R., Nikolić G. (2003). „Multimodalna ekologija- čimbenik djelotvornoga uključivanja hrvatske u europski prometni sustav“, Naše more, Vol.50., No.3-4., str. 137-144.

WTO. Preuzeto: <https://www.wto.org/>

## POPIS SLIKA

Slika 1. Čimbenici koji utječu na razvoj turističke destinacije.....	5
Slika 2. Omiš.....	15
Slika 3. Parking - zona 1.....	19
Slika 4. Parking - zona II. ....	19
Slika 5. Parking s rampom na Priku.....	21
Slika 6. Dječje igralište uz gradsku plažu Omiš .....	28
Slika 7. Npropisno parkiranje u Omišu.....	29



## POPIS TABLICA

Tablica 1. Usporedba razvoja smještajnih kapaciteta u Omišu (2007.-2017.) .....	17
Tablica 2. Vrijeme naplate parkinga u Omišu .....	20
Tablica 3. Cjenik naplate parkinga i vremensko ograničenje .....	20
Tablica 4. Cjenik parkiranja na parkingu s rampom na Piku.....	21
Tablica 5. Radno vrijeme parkinga.....	22
Tablica 6. Radno vrijeme blagajne parkinga .....	22
Tablica 7. Popis artikala.....	23
Tablica 8. Popis radnih ulica.....	24
Tablica 9. Ukupan iznos korištenih automata po mjesecima - zona 1.....	25
Tablica 10. Ukupan iznos korištenih automata po mjesecima - zona 2.....	26

## **POPIS GRAFIKONA**

Grafikon 1. Usporedba broja dolazaka i noćenja turista u Hrvatskoj (2018.-2021.).....	6
Grafikon 2. Broj dolazaka i noćenja turista u Omišu (2018.-2021.).....	16
Grafikon 3. Udio smještaja po kategorijama na području Omiša (2017) .....	17